



**You have downloaded a document from  
RE-BUŚ  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Przestrzeń wirtualna w procesie komunikacji młodzieży - ujęcie socjopedagogiczne

**Author:** Stanisław Juszczuk

**Citation style:** Juszczuk Stanisław. (2012). Przestrzeń wirtualna w procesie komunikacji młodzieży - ujęcie socjopedagogiczne. W: M. Kita, M. Ślawska (red.), "Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze" (S. 95-109). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

## Rozdział szósty

# **Przestrzeń wirtualna w procesie komunikacji młodzieży — ujęcie socjopedagogiczne**

Stanisław Juszczyk

Wydział Pedagogiki i Psychologii  
Instytut Pedagogiki,  
Zakład Pedagogiki Mediów

## **Wprowadzenie**

Nowe media (telewizja interaktywna, wideo interaktywne, telefonia komórkowa, komputer mający łączność z siecią globalną Internet, a zatem jej możliwościami usługowymi oraz zawartością informacyjną — w postaci baz danych i baz wiedzy, videokonferencje i konferencje komputerowe), które intensywnie wkroczyły w życie codzienne dzieci i młodzieży, stały się głównym przekaznikiem informacji. Są pomocne w procesie uczenia się, konstruowania wiedzy i kształtowania umiejętności. Następuje to wtedy, kiedy przekazy medialne są selekcjonowane, odpowiednio opracowane i właściwie implementowane w proces dydaktyczny. Systematyczne odbieranie informacji oraz ich strukturyzacja przez jednostkę funkcjonującą w środowisku medialnym prowadzą do ciągłej rekonstrukcji wiedzy przy wykorzystaniu procesu myślenia. Proces ten przebiega w czasie ze zróżnicowanym natężeniem. Jednak przeciętny odbiorca przekazów medialnych nie zwiększa w sposób zauważalny swej wiedzy o świecie, a powstający w jego umyśle wizerunek rzeczywistości fizycznej, społecznej, edukacyjnej czy kulturowej, często uproszczony, wpływa na jakość funkcjonowania w środowisku. Zdobywając popularność, jednostka buduje powierzchowne więzi społeczne. Wzrost obcowania z rzeczywistością zapośredniczoną, któremu towarzyszy zmniejszenie kontaktów „twarzą w twarz”, staje się poważnym problemem społecznym (Juszczyk 1998). Nowe technologie

zmieniają nie tylko proces komunikacji, ale także środki wyrazu, prowadząc do pojawienia się nowych dziedzin sztuki: grafiki i malarstwa komputerowego, książek sieciowych współtworzonych przez użytkowników Internetu, muzyki komputerowej. Uczestnictwo kulturalne — zarówno bierne, jak i czynne — jest jednym z nowych czynników sytuujących człowieka w dynamicznie zmieniającym się społeczeństwie.

Media, dostarczając informacji, rozszerzają przestrzeń postrzeganą przez odbiorców. Jednak przekazy medialne nie są konstruowane z myślą o wysokim poziomie merytorycznym przekazywanych informacji, a ponadto zostają obciążone subiektywizmem dziennikarskim. Informacje te gromadzone są przeważnie w bardzo krótkim czasie, szybko przetwarzane, opatrzone powierzchownym komentarzem i oceną, ponieważ dziennikarze, pracując w terenie, poddawani są presji czasu i konkurencji, zmuszani do wyeksponowania wątku sensacyjnego, intrygującego, szokującego, czyli zniekształcania wizerunku rzeczywistości poprzez nadinterpretację zdarzenia, aby trafić na pierwsze strony gazet czy programów telewizyjnych. Według W. WELCHA (2005) wirtualna przestrzeń przekazów medialnych funkcjonuje poza podstawowymi współzrędnymi rzeczywistości, czyli czasem i przestrzenią. Natomiast J. BAUDRILLARD (2005) stwierdza, że obiektywne zjawiska i przedmioty zostały najpierw zastąpione przez symulacje, następnie przez „symulakra”, czyli kopie bez oryginałów. M. CASTELLS (1997) uzupełnia obraz, pisząc, że ta sztuczna przestrzeń staje się rzeczywistością wirtualną, ponieważ dociera do odbiorców poprzez symbole i znaki, a jednostka poznaje rzeczywistość w coraz większym stopniu poprzez media, a nie poprzez osobiste doświadczenia. Dzieje się tak szczególnie w sytuacji jednostek, które ukończyły edukację instytucjonalną. Przekazywane przez media znaki i symbole przestają stopniowo być metaforami doświadczeń, same stając się doświadczeniami. Przekazy medialne stają się „faktami” medialnymi, a posługując się emocjami, wyolbrzymiają także skutki zdarzeń, rozszerzają obszar niepewności, kiedy prezentują w większości pogorszenie przedstawianej sytuacji (BIERNACKI 2010: 90).

### **Komunikacja pośrednia i zjawiska społeczne przez nie inicjowane**

Media elektroniczne, uczestniczące w kodowaniu, odbieraniu i przetwarzaniu treści komunikatów, przeobraziły dotychczas dominującą komunikację bezpośrednią w pośrednią. „Filtrują” one dużą część informacji,

dlatego w interakcjach pośrednich nieobecne są: przekaz pozawerbalny, akcent czy tempo wypowiedzi (GOLEMAN 1997: 160), czyniąc komunikację wirtualną niezwykle powierzchowną.

Zrozumienie symbolicznego języka mediów wymaga dokonania analizy jego związków ze znaczeniem oraz kontekstem społecznym i kulturowym. Język mediów wtapia się w świat rzeczywisty, budując nową formę refleksyjności, sięgającą w coraz mniejszym stopniu do tradycji, a w coraz większym — do teraźniejszości. Zmusza to jednostkę do dokonywania wyborów na podstawie wiedzy dostarczanej przez media elektroniczne (SIEMIENIECKA, SIEMIENECKI, NILSEN, BRATLAND 2010: 9).

Komunikacja za pośrednictwem mediów elektronicznych odbywała się głównie na płaszczyźnie tekstowej, a dziś coraz częściej w komunikacji pośredniej pojawia się dźwięk i obraz (FRYDRYCZAK, red. 2000; WELSCH 1998), co nie pozostaje bez wpływu na relacje społeczne. Ten sposób porozumiewania się można określić mianem komunikacji wirtualnej; termin „wirtualność” oznacza tu nierzeczywistość i nierealność. Przebywanie w rzeczywistości wirtualnej wymaga odmiennego charakteru interakcji, co stawia użytkownika Internetu przed koniecznością nabywania doświadczeń znacznie różniących się od tych zdobywanych w bezpośrednich relacjach interpersonalnych.

Peter J. MURRAY (1997) wyróżnił następujące typy komunikacji zapośredniczonej: komunikacja oparta na tekście pisanym (e-mail, listy dyskusyjne, konferencje komputerowe oparte na tekstowym i graficznym interfejsie, e-czasopisma, bazy danych, grupy dyskusyjne, IRC itp.), komunikacja audiowizualna (aplikacje typu *Real Audio* czy *YouSeeMe*) oraz komunikacja mieszana, obejmująca wszystkie typy przekazu pozwalające na równoczesne użycie e-maila, komunikacji głosowej, pisanie na tablicy ogłoszeń itp. (np. *NetMeeting*, *CoolTalk*).

Wśród technologii informacyjno-komunikacyjnych najbardziej skomplikowanym, dominującym i wpływowym medium — według Derricka de Kerckhove’a — jest Internet. Badacz ten uważa, że „każde medium zmienia jakąś część naszego życia — nasze sposoby porozumiewania się, pracy, czy rozrywki — Sieć zmienia to wszystko na raz, a przy okazji wiele innych jeszcze rzeczy” (KERCKHOVE 2001: 21). Internet tworzy przestrzeń niby organicznego środowiska, określonego przez de Kerckhove’a mianem inteligencji otwartej. Jednak w sieci jednostka często bywa osamotniona, izolowana, ponieważ tworzone więzi społeczne mają charakter upozorowany.

Komunikacja internetowa daje jednak możliwość budowania wirtualnych społeczności, w ramach których można prowadzić rozmowy, wymieniać poglądy, a także kreować własną tożsamość. Nowe media pozwalają prowadzić grę opartą na tożsamości, co zmienia wizerunek edukacji równoległej, zawartość merytoryczną komunikacji pośredniej i wymiar codzien-

nego życia jednostki. M. CASTELLS (2003: 150) podkreśla, że w Internecie „jesteś tym, kim mówisz, że jesteś, i na tym założeniu tworzy się czasem sieć kontaktów społecznych”. A. BEN-ZE’EV (2005: 74) twierdzi natomiast, iż „związki *online* są typem związków na odległość, charakteryzujących się fizycznym oddaleniem i emocjonalną bliskością”.

W przypadku kontaktów za pomocą IRC lub czatów (*chat rooms*) każdy z internetowych rozmówców wybiera dla siebie pseudonim zapewniający anonimowość. Dlatego kontakty w sieci różnią się znacznie od bezpośredniej komunikacji interpersonalnej. Nie determinuje ich wygląd czy status społeczny uczestników, co w znacznym stopniu może wpływać na sposób postrzegania innych. Internet stwarza ogromne możliwości taniej, globalnej i błyskawicznej komunikacji (KENNEDY 2000: 16).

Zdaniem wielu badaczy (REID, REID 2005; THURLOW 2003; LEUNG, WEI 2000; OKABE, MATSVDA, eds. 2005; FISCHER 1992) technologie mobilne za pośrednictwem SMS (*Short Message Service*) umożliwiają nastolatkom wytworzenie pewnego rodzaju alternatywnego świata, pozwalającego na intymny kontakt bez ingerencji dorosłych oraz ograniczeń czasu i przestrzeni. Łatwy dostęp do telefonów komórkowych oraz niewysoki koszt usługi SMS pozwalają młodzieży na częstą (liczącą nawet kilkadziesiąt SMS-ów miesięcznie) wymianę spostrzeżeń dotyczących jej codziennego życia.

Telefon komórkowy — obecnie stanowiący symbol podkultury młodzieżowej — pod wieloma względami przypomina komunikację za pośrednictwem Internetu, gdzie podstawowym nośnikiem informacji jest tekst i obraz — z jednej strony sprzyja społecznej integracji, z drugiej natomiast tworzy poczucie upozorowanej więzi społecznej, pozwalającej na wyrażanie uczuć za pomocą symboli (BROSCH 2008). Jak zauważył Ch. Moss (2002), w „naszych internetowych rozmowach, dyskusjach przez komórki, przesyłaniu tekstów przez całą dobę [...] introspekcję zastąpiła niepoahamowana i błaha interakcja, w której nasze najgłębsze sekrety sąsiadują z listą zakupów”. Z. BAUMAN (2003: 162) dostrzegł ową ulotność interakcji wirtualnych, które sprawiają, że „kontakty między ludźmi stały się częstsze, ale i płytsze, intensywniejsze, lecz krótsze; stają się zbyt krótkie i płytkie, by mogły przekształcić się w więzi [...]”.

Zmieniające się formy komunikowania za pośrednictwem mediów elektronicznych przeobrażają społeczeństwo, powodując specyficzny rodzaj przyspieszenia (ERIKSEN 2003). W wyniku tego zaciera się związek pomiędzy odległością a czasem trwania interakcji, co znajduje odzwierciedlenie w treści nadawanych komunikatów. Język stosowany w komunikacji pośredniej stanowi mieszaninę tradycyjnej mowy ojczystej z gwarą uczniowską oraz fachową terminologią komputerową i nazewnictwem w języku angielskim, a uczucia i emocje określane są za pomocą znaków graficznych, nazywanych emotikonami (MIODEK 2005: 242; GRUSZCZYŃSKI



2001; RIVA 2002; THURLOW, LENGEL, TOMIC 2005; SITARSKI 2001). Interakcje przy użyciu wiadomości tekstowych są nadawane w telegraficznym skrócie, przypominając komunikacyjny „fast food”, gdzie nie ma miejsca na przestrzeganie norm społecznych i konwenansów. W konsekwencji młodzież ma trudności z ukształtowaniem zasad *savoir-vivre* w procesie komunikowania się (BROSCH 2007: 90).

### **Nowe media a poczucie alienacji**

Komunikacja wirtualna zubaża interakcję uczestników, co niesie za sobą zagrożenia związane z alienacją w wymiarze społecznym, ograniczeniem umiejętności wyrażania uczuć i emocji, a to prowadzi do uzyskania niskich kompetencji społecznych, a także redukcji zakresu komunikacji werbalnej (NOWAK 2004: 306).

Pojęcie alienacji (łac. *alienus, alienum* ‘obcy’, ‘cudzy’) jest obecnie przedmiotem wielu rozważań teoretycznych w dziedzinie filozofii, socjologii, psychologii, psychiatrii, pedagogiki czy antropologii kulturowej. W filozofii XIX wieku termin ten był wiązany szczególnie z koncepcją samorozwoju idei absolutnej G.W.F. Hegla (zob. KRAPIEC 1970: 22).

Współczesne koncepcje socjologiczne i socjologiczno-psychologiczne traktują alienację jako cechę jednostki w relacji z rzeczywistością. Analizują one łącznie zarówno psychologiczne, jak i obiektywne aspekty alienacji. Znaczenie terminu odnosi się zatem, z jednej strony, do warunków życia społecznego, z drugiej — kojarzy się z problematyką jednostkowych nastawień wobec życia.

G. NETTLER (1957) definiuje alienację jako oderwanie człowieka od ważnych bytów, głównie od kultury i społeczeństwa. Według E.L. STRUENINGA i A.H. RICHARDSONA (1965) alienacja ma dwa wymiary. Pierwszy to alienacja przez odrzucenie, wyrażająca się poczuciem niepewności, pesymizmem, nieufnością, osamotnieniem. Drugi wymiar alienacji to „sposprzegana bezcelowość”, oznaczająca widzenie innych ludzi jako prowadzących życie bezcelowe, bezsensowne. E. FROMM (1970) kładzie główny nacisk na samotność człowieka. Według niego, głównym problemem jednostki jest rozwiązywanie problemów stwarzanych przez społeczeństwo — unikanie nacisków, które zmuszają człowieka do rezygnacji z własnej indywidualności na rzecz konformizmu, zależności, niewolnictwa. Alienacja — w ujęciu Fromma — oznacza wyobcowanie człowieka z jego prawdziwej natury.

Alienacja nie zawsze jest jednak uświadamiana przez jednostkę. Wynika to z faktu, że z alienacją w znaczeniu subiektywnym (z poczuciem alienacji) mamy do czynienia wówczas, gdy jednostka przeżywa konflikt, który związany jest z obiektywnymi warunkami, w jakich się znajduje. To, czy konflikt wystąpi, zależy od takich właściwości jednostki, jak aspiracje, potrzeby,

oczekiwania. Uświadomienie to określane jest terminem „poczucie alienacji” (por. KMIECIK-BARAN 1995; KORZENIOWSKI 1986, 1990).

Próbie integracji różnorodnych teorii alienacji podjął M. SEEMANN (1975), który wyróżnił pięć rodzajów poczucia alienacji: poczucie bezsilności, poczucie bezsensu, poczucie anomii<sup>1</sup>, poczucie samowyobcowania i poczucie osamotnienia (izolacji). Ujęcie M. Seemana rozszerzyła o przeciwstawne wymiary K. KMIECIK-BARAN (1995). W jej rozumieniu, przeciwstawne do ogólnego poczucia alienacji jest pojęcie poczucia zakorzenienia, natomiast pozostałe dwubiegunowe wymiary zawierają: poczucie bezradności — zaradności, poczucie bezsensu — sensu, poczucie anomii — ładu społecznego, poczucie samowyobcowania — autonomii oraz poczucie osamotnienia (izolacji) — integracji. Poczucie alienacji jest zatem wynikiem braku pożądanych relacji z innymi ludźmi, normami społecznymi, wartościami, sobą samym. Łączy się więc z emocjami negatywnymi, prowadzącymi nierzadko do zaburzeń zachowania, a także do podejmowania przez jednostkę destrukcyjnej strategii radzenia sobie z tym stanem psychicznym.

Czynnikami wpływającymi na wzrost poczucia alienacji są sytuacje zagrażające podstawowym potrzebom jednostki, często prowadzące do przeciążenia psychicznego. Jednym z jego elementów jest frustracja, określana jako „stan polegający na niezaspokojeniu, czyli blokadzie określonych potrzeb” (SKORNY 1972: 94). Jest to stan psychiczny silnie zabarwiony uczuciem negatywnym, pojawiającym się wówczas, gdy człowiek nie osiąga upragnionego celu. Potrzebą, której niezaspokojenie w znacznym stopniu wpływa zarówno na wyobcowanie jednostki z otoczenia, jak i na funkcjonowanie w rzeczywistości, jest potrzeba dopływu bodźców społeczno-sensorycznych. Samotność i izolacja nie zawsze są rezultatem warunków tkwiących w sytuacji. Samotność może być również rezultatem warunków wynikających z samego podmiotu. Zewnętrzne zmiany w organizmie podmiotu, zachodzące ze względu na wiek i związane z tym wycofanie się z życia społecznego, również mogą prowadzić do samotności i zmian w funkcjonowaniu psychiki (KMIECIK-BARAN 1995: 48). W powstawaniu poczucia alienacji niebagatelną rolę odgrywa niewłaściwy proces socjalizacji. Zdaniem A. SZYMANOWSKIEJ (1996), gdy dziecko rozwija się w standardowych warunkach rodzinnych i gospodarczych, gdy zatem nie jest hamowana jego radość życia, będąca pierwotną i naturalną właściwością człowieka, wówczas zachowana może być wiara w sens istnienia.

Oprócz postrzegania osamotnienia jako oderwania od ludzi, z którymi jednostka pozostaje w określonych związkach, uwagę należy rów-

<sup>1</sup> Pojęcie „anomia” wprowadził socjolog E. Durkheim, uznając ją za „stan zaniku norm społecznych na skutek kapitalistycznej etyki chciwości i zysku, która znosi wszelkie zwyczajowe hamulce i granice moralne ludzkich aspiracji, prowadzące do rozpadu więzi społecznych”. SZAFRANIEC 2000; zob. też: McCLOSKEY, SCHAAR 1965.

niez zwrócić na istnienie tego zjawiska w innych wymiarach rzeczywistości społecznej, takich jak wartości, normy społeczne, własne poglądy. W takim ujęciu osamotnienie staje się synonimem słowa „alienacja”. Można je sprowadzić do trzech wymiarów: oderwanie od innych (poczucia osamotnienia), oderwanie od siebie (poczucia samowyobcowania i bezradności) i oderwanie od kultury (poczucia bezsensu i anomii). Poczucie osamotnienia prowadzi w konsekwencji do pozostałych rodzajów alienacji. Długotrwałe interakcje z nowymi mediami, funkcjonowanie w przestrzeni wirtualnej sprzyjały alienacji.

### **Komunikacja pośrednia a kompetencje społeczne**

Analizując zagadnienie komunikacji wirtualnej, nie można pominąć wpływu tego sposobu porozumiewania się na proces uspołecznienia uczestników interakcji. Istotnym wynikiem uspołecznienia jest postawa prospołeczna człowieka, jego samodzielność życiowa oraz twórcze podejście do własnego życia i do otaczającej rzeczywistości, wynikająca z posiadanych kompetencji społecznych. A. MATCZAK (2001: 7) definiuje kompetencje społeczne jako „umiejętności warunkujące efektywność radzenia sobie w określonych sytuacjach społecznych, nabywane przez jednostkę w toku treningu społecznego”. Wiążą się one ściśle z takimi pojęciami, jak: „umiejętności społeczne”, „umiejętności komunikacyjne”, „umiejętności interakcyjne” czy „umiejętności relacyjne” (JAKUBOWSKA 1996; SPITZBERG, CUPACH 2002). U. JAKUBOWSKA (1996) przyjęła, że na kompetencje składają się psychiczne dyspozycje, a także umiejętność odpowiedniego (a za takie uznała umiejętności elastyczne i zgodne z normami) reagowania w trakcie porozumiewania się. Równoległe do takiej reakcji (werbalnej, niewerbalnej, zachodzącej przy odbiorze czy nadawaniu wszelkich komunikatów) pojawia się dążenie do realizacji wyznaczonych osobistych celów — zarówno instrumentalnych, jak i interpersonalnych, oraz uzyskanie akceptacji społecznej.

Kompetencje społeczne stanowią szereg niejednorodnych i równoważnych umiejętności. Pojedyncza kompetencja nie jest autonomiczna. Jednostka może poradzić sobie z daną sytuacją społeczną dzięki umiejętnemu wykorzystaniu określonej kombinacji poszczególnych umiejętności. Gwarantują one efektywne radzenie sobie w sytuacjach społecznych. Polegają na optymalnym godzeniu przez jednostkę własnych celów z celami społecznymi. Zdolności te sprzyjają radzeniu sobie w takich sytuacjach, w których zachodzą rozbieżności pomiędzy interesami „ja” i innych. Kompetencje społeczne okazują się pomocne w dążeniach do lepszego porozumiewania się, zrozumienia, autokreacji, rozwoju, poznawania i wspierania innych ludzi. Przyczyniają się do zwiększenia efektywności współpracy, skuteczniejszego rozwiązywania problemów oraz radzenia sobie z situa-



cjami trudnymi. Dzięki nim jednostka potrafi odróżnić wpływy, oddziaływania szkodliwe od wartościowych. To pozwala jej dążyć do rozwoju, osiągać dojrzałość, stawać się osobą odpowiedzialną, wypełniającą swoje powinności wobec innych, a przez to cieszącą się powszechnym zaufaniem oraz uznaniem. Przyjmuje się, że kompetencje społeczne znajdują się w zakresie umiejętności, które warunkują bycie akceptowanym przez otoczenie. To wszystko, co stanowi o pełniejszym, aktywnym i bardziej dojrzałym uczestnictwie jednostki w życiu społecznym (HUGET 2001; BORKOWSKI 2003). W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele prac dotyczących tego zagadnienia (zob. m.in. PILECKA, PILECKI 1990: 72; BORKOWSKI 2003; SALOVEY, SLUTER 1999: 26; JAWOROWSKA, MATCZAK 2001; PIOTROWSKA 1997).

Głównym przedmiotem badań zarówno w Polsce, jak i za granicą była przeważnie komunikacja wirtualna w Internecie, pomijano natomiast aspekty komunikowania się za pośrednictwem telefonu komórkowego, szczególnie wiadomości tekstowych, które obecnie stanowią podstawową formę komunikacji pośredniej wśród dzieci i młodzieży (BROSCH 2007: 299). Dlatego ważna staje się analiza interakcji społecznych dzieci i młodzieży, koncentrująca się na formach komunikacji pośredniej przy użyciu elektronicznych środków przekazu — głównie telefonu komórkowego, komunikatorów internetowych, oraz poprzez uczestnictwo na młodzieżowych forach internetowych i w grupach dyskusyjnych, a także ich wpływ na m.in. poziom kompetencji społecznych czy poczucia alienacji, w rezultacie na wzajemne relacje interpersonalne. Interesujące jest także poznanie zasadniczych funkcji społecznej komunikacji elektronicznej, takich jak sprawowanie kontroli, motywowanie, informowanie oraz wyrażanie uczuć i emocji<sup>2</sup>.

## Komunikacja pośrednia młodzieży

Wśród losowo wybranych 612 uczniów w wieku 15–17 lat z 6 szkół gimnazjalnych i 5 licealnych z województwa śląskiego, zlokalizowanych w Katowicach, Gliwicach, Chorzowie, Sosnowcu i Dąbrowie Górniczej (czyli w środowisku wielkomiejskim), przeprowadzono sondaż ankietowy, dotyczący wykorzystania nowych mediów w domu, a także poza nim. Na podstawie analizy jakościowej otrzymanych wyników badań sformułowano następujące wnioski:

---

<sup>2</sup> Badania empiryczne *Komunikacja wirtualna — nowa przestrzeń porozumiewania się młodzieży w kontekście kompetencji społecznych* podjęła w swej pracy doktorskiej A. Brosch z Uniwersytetu Śląskiego.

Młodzi ludzie mają swe ulubione medium, któremu poświęcają najwięcej czasu, jednak wzrost zainteresowania jednym z mediów nie skutkuje zmniejszaniem czasu poświęconego innym mediom, co oznacza, że czas poświęcany różnym mediom zawsze rośnie — kosztem ruchu i zabaw na świeżym powietrzu, interakcji w rodzinie czy w grupie rówieśniczej. Dlatego średni czas interakcji z mediami młodzieży wynosi już około kilku godzin dziennie. Młodzież jest zafascynowana interakcjami z nowymi mediami, bo przecież ona dorasta wraz z wprowadzaniem nowych technologii oraz ich nieustannych modernizacji i unowocześnianiu. Dlatego wypowiada się o nich w sposób entuzjastyczny i jest otwarta na nowe ich możliwości. Znajomość interakcji z nowymi mediami jest przedmiotem prestiżu, szacunku w grupie rówieśniczej, a znawcy w grupie rówieśniczej są w sposób permanentny indagowani i proszeni o wyjaśnianie złożoności technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Młodzież zaczyna coraz częściej dostrzegać duże możliwości usług internetowych oraz możliwości dotarcia do informacji zawartych na stronach serwisów informacyjnych. Ceni sobie możliwość szybkiej i coraz tańszej komunikacji ze znajomymi czy przyjaciółmi z różnych krajów. Dostęp do sieci globalnej w przeciętnym polskim domu staje się coraz bardziej powszechny, ponieważ operatorzy telefonii komórkowej (Orange, Plus czy Heyah) lub telewizji cyfrowej (np. Polsat Cyfrowy) oferują bezprzewodowy dostęp do Internetu.

Młodzież coraz lepiej poznaje zasady interakcji z nowymi mediami — w szczególności ma ona charakter dynamiczny w trakcie korzystania z gier komputerowych. Obserwuje się coraz bardziej konstruktywny dialog młodzieży z hipermedialnym oprogramowaniem edukacyjnym. Nowoczesne oprogramowanie komputerowe umożliwia młodym ludziom wirtualną komunikację, która wprowadziła nową jakość do ich światów społecznych, nie zmuszając do realizacji interakcji typu *face-to-face*. Poczta elektroniczna oraz usługi internetowe dodają do komunikacji interpersonalnej młodzieży różne mody komunikacji elektronicznej, umożliwiając testowanie alternatywnych interakcji. Poczta elektroniczna — podobnie jak komunikacja telefoniczna — jest wartościowym uzupełnieniem rozmowy bezpośredniej, szczególnie w przypadku omawiania problemów trudnych lub drażliwych. Gry komputerowe lub *chat rooms* odgrywają rolę szczególną, wpływając na codzienne funkcjonowanie młodzieży, a także testowanie nowych sposobów komunikowania. Okazuje się, że ci, którzy zawierają przyjaźnie w sposób *online*, czynią to także później w sytuacji komunikacji bezpośredniej, jednak to komunikacja wirtualna ośmiela młodzież do zawierania znajomości. Bez możliwości komunikacji wirtualnej wielu młodych ludzi nie przełamałoby bariery w komunikacji bezpośredniej z rówieśnikami, często przeciwnej płci. Dziś portal [www.sympatia.pl](http://www.sympatia.pl) stał się szerokim forum

poznawania się młodzieży uczącej się i pracującej, zawierania znajomości, przyjaźni, a nawet budowania trwalszych związków.

Młodzi ludzie rozmawiają ze sobą o obejrzanych programach telewizyjnych, usłyszanych utworach muzycznych, poznanych grach komputerowych czy informacjach znalezionych na stronach WWW. Odwiedzają swoich rówieśników, jeżeli mają oni ciekawe gry komputerowe, nowy komputer czy telewizor lub film na DVD (np. kino domowe). Na te spotkania umawiają się, telefonując lub wysyłając SMS-y. Dlatego media odgrywają ważną rolę w społecznej komunikacji, tworząc swoistą kulturę medialną młodocianej grupy rówieśniczej.

Dziewczęta mają prawie dwukrotnie mniejszy dostęp do komputera niż chłopcy — płeć różnicuje nie tylko dostęp do komputera czy Internetu, ale także umiejętność korzystania z tych mediów masowych, przynajmniej na początku użytkowania. Chłopcy preferują programy sportowe oraz takie, w których występuje konkurencja między uczestnikami, rywalizacja, nieoczekiwane zdarzenia oraz dynamiczne filmy akcji i podobnie zaprojektowane gry komputerowe, zawierające często sporą dawkę przemocy, a nawet seksu. Dziewczęta są zainteresowane raczej programami, w których dominuje narracja dotycząca losów ludzkich, częściej czytają książki i ilustrowane czasopisma oraz słuchają muzyki. To zróżnicowanie zainteresowań chłopców i dziewcząt powoduje, że preferują oni inny typ mediów. Dziewczęta chętniej rozmawiają przez telefon (robi to 59% dziewcząt w porównaniu do 35% chłopców) i wykorzystują pocztę elektroniczną, uznając jednak istotną wagę bezpośredniej komunikacji z innymi. Chłopcy częściej i chętniej niż dziewczęta wypowiadają się w sposób entuzjastyczny o komputerach, ich możliwościach informacyjnych i komunikacyjnych oraz użytkowanych grach komputerowych, a ponad 50% z nich chętniej zostaje w domu, aby zajmować się grami komputerowymi, znajdującymi się na płycie CD lub w Internecie.

Status społeczny jest zmienną, która różnicuje dostęp do mediów elektronicznych, głównie do komputera i telefonu komórkowego oraz kina domowego, a także do mediów klasycznych, natomiast nie różnicuje poziomu zainteresowania tymi mediami. W rodzinach o niskim i średnim statusie społecznym nie znaleziono różnic w preferencjach młodzieży w stosunku do wyboru programów telewizyjnych, rodzaju ulubionych gier komputerowych czy zainteresowań innymi mediami. Zaobserwowano natomiast różnice w poziomie wykorzystania mediów. W rodzinach o niskich dochodach młodzież częściej i dłużej ogląda telewizję czy wykorzystuje gry komputerowe (najczęściej u kolegów czy koleżanek). W rodzinach o średnich dochodach młodzież chętniej czyta książki i czasopisma. W obu typach rodzin młodzież w podobnym stopniu wykorzystuje w czasie wolnym swój komputer. W domach rodzin o wysokim statusie społecznym występuje

bogate i nowoczesne instrumentarium medialne, do którego młodzież ma szerszy dostęp niż w pozostałych rodzinach. Jednak poziom ich wykorzystania nie jest wyższy, ponieważ młodzież z rodzin bogatszych ma o wiele większe możliwości atrakcyjnego spędzania wolnego czasu (np. pływanie, taniec, tenis, a nawet jazda konna czy ostatnio na quadach, wycieczki rowerowe, rodzinne wyjazdy weekendowe). Bogatsi rodzice kupują lepszy sprzęt komputerowy, lepsze oprogramowanie edukacyjne i użytkowe oraz zapewniają szerokopasmowy dostęp do Internetu, ponieważ wiedzą, jak ważna jest rola technologii informacyjno-komunikacyjnych w edukacji, a także w pracy zawodowej. Z przeprowadzonych badań wynika, że wraz z dorastaniem wzrasta poziom wykorzystania mediów, głównie komputera, muzyki i telefonu komórkowego, a także – równolegle – zwiększa się poziom zainteresowania czytaniem książek i czasopism. Poziom wykorzystania różnych mediów zależy bezpośrednio od wieku użytkownika: im jest on starszy, tym bardziej świadomie i pełniej wykorzystuje możliwości mediów, poznając ich rolę i znaczenie. Najmłodsi najchętniej oglądają telewizję, starsi fascynują się grami komputerowymi o wątpliwej wartości pedagogicznej, natomiast najstarsi wykorzystują media w sposób intencjonalny, pełny, często twórczy, najczęściej do rozwiązywania określonych problemów edukacyjnych.

Młodzież coraz chętniej podejmuje komunikację z mediami interaktywnymi, zmniejszając czas zajmowania się pasywnymi mass mediami. Oglądanie programów telewizyjnych czy czytanie książek powoduje, że oglądający staje się widzem, przeżywa losy bohaterów poprzez identyfikowanie się z nimi. Natomiast w interaktywnej grze komputerowej użytkownik zostaje wykonawcą i to on sam doświadcza satysfakcji, uczestnicząc wirtualnie w akcji. Jednak czytając książkę lub oglądając program telewizyjny, widz rozwija się intelektualnie, natomiast wykorzystując grę interaktywną, ma ograniczoną możliwość rozwoju intelektualnego, kiedy ćwiczy głównie motorykę i refleks.

Coraz częściej wykorzystywanym medium wśród badanej młodzieży w domu i poza nim stał się telefon komórkowy. Służy on młodzieży w wieku 15–17 lat przede wszystkim do komunikacji z rówieśnikami, rzadziej z rodzicami. Stanowi podstawowe medium wśród innych mediów używanych przez młodych ludzi w codziennym życiu. Z telefonu stacjonarnego korzystają oni o wiele rzadziej (42%). Służy on raczej do komunikacji formalnej dotyczącej tematu czy problemów z pracą domową lub – ogólniej – tematyki szkolnej. Rodzice częściej ingerują w ograniczanie dłuższych rozmów telefonicznych, ze względu na ich koszt, niż ograniczają dostęp do telewizji (35%), gier komputerowych (26%) i Internetu (30%). Informacje dotyczące codziennego funkcjonowania w grupie rówieśniczej przesyłane są najczęściej przez telefon komórkowy, a w tym za pomocą

SMS-ów. Telefon komórkowy zapewnia ścisły kontakt z rówieśnikami i ogranicza uczucie bycia „poza” grupą, dlatego jest na drugim miejscu — po komputerze — wśród wymarzonych prezentów komunijnych, urodzinowych czy imieninowych.

## Konkluzje

Niniejsze rozważania prowadzą do konkluzji, że istnieje pilna potrzeba dokonania szerszej analizy pozwalającej określić skalę komunikacji wirtualnej wśród młodzieży. Należy wskazać zakres i siłę jej oddziaływania na wzajemne relacje społeczne nastolatków. Młodzi ludzie zaakceptowali nowe media, które zostały implementowane w strukturę ich codziennego życia, zmieniając jego zawartość, wykorzystanie czasu wolnego oraz kształtowanie umiejętności posługiwania się nowymi technologiami — zarówno w czasie wolnym czy w edukacji, jak i w późniejszej pracy zawodowej. Poziom i zróżnicowanie wykorzystania mediów, skala trudności korzystania z nich (złożona struktura mediów, wymagająca coraz większej wiedzy i umiejętności) mają wpływ na postawy i świat wartości, natomiast użyteczność w procesie komunikacji społecznej powoduje, że nowe media zmieniają społeczne środowisko funkcjonowania młodego człowieka.

## Literatura

- BAUDRILLARD J., 2005: *Precesja symulaków*. W: HOPFINGER M., red.: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*. Warszawa.
- BAUMAN Z., 2003: *Razem. Osobno*. Kraków.
- BEN-ZE'EV A., 2005: *Miłość w sieci, Internet i emocje*. Poznań.
- BIERNACKI W., 2010: *Człowiek — Media — Środowisko*. Kraków.
- BORKOWSKI J., 2003: *Podstawy psychologii społecznej*. Warszawa.
- BROSCH A., 2007: *Interakcje pośrednie młodzieży w kontekście komunikacji społecznej*. W: JUSZCZYK S., MUSIOŁ M., WATOŁA A., red.: *Edukacja w społeczeństwie wiedzy. Niejednoznaczność rzeczywistości edukacyjnej, społecznej i kulturowej*. Katowice.
- BROSCH A., 2007: *Komunikacja tekstowa a poczucie alienacji wśród młodzieży*. „Kultura i Edukacja”, nr 2.
- BROSCH A., 2008: *Text-messaging and its effect on youth's relationships*. „The New Educational Review”, Vol. 14, No. 1.
- CASTELLS M., 1997: *The Rise of the Network Society*. Malden.



- CASTELLS M., 2003: *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań.
- ERIKSEN T.H., 2003: *Tyrania chwili*. Warszawa.
- FISCHER C.S., 1992: *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley.
- FROMM E., 1970: *Ucieczka od wolności*. Warszawa.
- FRYDRYCHAK B., 2000: *Ekspansja obrazów: sztuka i media w świecie współczesnym*. Zielona Góra.
- GOLEMAN D., 1997: *Inteligencja emocjonalna*. Poznań.
- GRUSZCZYŃSKI W., 2001: Czy normy językowe obowiązują w Internecie? W: BRALCZYK J., MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA K., red.: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Warszawa.
- HUGET P., 2001: Kompetencje społeczne dzieci z zaburzeniami w zachowaniu. W: URBAN B., red.: *Společne konteksty zaburzeń w zachowaniu*. Kraków.
- JAKUBOWSKA U., 1996: Wokół pojęcia „kompetencja społeczna” — ujęcie komunikacyjne. „Przegląd Psychologiczny”, nr 39.
- JAWOROWSKA A., MATCZAK A., 2001: *Kwestionariusz Inteligencji Emocjonalnej*. Podręcznik. Warszawa.
- JUSZCZYK S., 1998: *Komunikacja człowieka z mediami*. Katowice.
- KENNEDY A.J., 2000: *Internet. Praktyczny przewodnik*. Bielsko-Biała.
- KERCKHOVE D., 2001: *Inteligencja otwarta*. Warszawa.
- KMIECIK-BARAN K., 1995: *Poczucie alienacji*. Gdańsk.
- KORZENIOWSKI K., 1986: Ku pojęciu poczucia alienacji. „Przegląd Psychologiczny”, nr 29.
- KORZENIOWSKI K., 1990: O dwóch psychologicznych podejściach do problematyki alienacji. Próba syntezy. „Przegląd Psychologiczny”, nr 33.
- KRĄPIEC M., 1970: Idee przewodnie we współczesnej filozofii człowieka. „Zeszyty Naukowe KUL”, nr 4.
- LEUNG L., WEI R., 2000: *More than just talk on the move: Uses and gratifications of the cellular phone*. „J&MC Quarterly”, Vol. 77.
- MATCZAK A., 2001: *Kwestionariusz Kompetencji Społecznych KKS*. Podręcznik. Warszawa.
- MCCLOSKEY H., SCHAAR J.H., 1965: *Psychological dimension of anomie*. „American Sociological Review”, No. 30.
- MIODEK E., 2005: Tworzenie się nowych kodów językowych w komunikacji społecznej na przykładzie wypowiedzi internautów. W: JUSZCZYK S., POLEWCZYK I., red.: *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*. Toruń.
- MOSS Ch., 2002: *It's all talk*. „The Guardian Weekend”, 6.04.2002.
- MURRAY P.J., 1997: *Forms or types of CMC*, „CMC Magazine” [online], January. <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/murforms.html>, z dnia 10.07.2008.
- NETTLER G., 1957: *A measure of alienation*. „American Sociological Review”, No. 22.
- NOWAK B.M., 2004: *Nowy wymiar młodości. Wirtualna komunikacja i edukacji w perspektywie pedagogicznej*. W: SOKOŁOWSKI M., red.: *Edukacja medialna*. Olsztyn.
- ITO M., OKABE D., MATSUDA M., eds., 2005: *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge.
- PILECKA W., PILECKI J., 1990: Model kompetencji społecznych w ujęciu S. Greenspana. „Roczniki Pedagogiki Specjalnej”, nr 1.
- PIOTROWSKA A., 1997: Z badań nad inteligencją społeczną. „Psychologia Wychowawcza”, nr 4.
- REID D., REID F., 2005: *Text mates and text circles: Insights into the social ecology of SMS text messaging*. In: HAMILL L., LASEN A., eds.: *Mobile world: past, present and future*. London.
- RIVA G., 2002: *The sociocognitive psychology of computer-mediated communication: the present and future of technology-based interactions*. „Cyberpsychology & Behavior: the Impact of the Internet, Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society”, Vol. 5, No. 6.

- SALOVEY P., SLUYTER D.J., eds., 1999: *Rozwój emocjonalny a inteligencja emocjonalna. Problemy edukacyjne*. Poznań.
- SIEMIENIECKA D., SIEMIENIECKI B., NILSEN H., BRATLAND E., 2010: *Język nowej komunikacji*. Toruń.
- SITARSKI P., 2001: *Czas rzeczywisty, nierzeczywista rozmowa. Komunikacja językowa w Internecie a nowa tożsamość użytkowników i „nowe wspólnoty”*. W: BRALCZYK J., MOSIOLEK-KŁOSIŃSKA K., red.: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Warszawa.
- SKORNY Z., 1972: *Psychiczne mechanizmy zachowania się*. Warszawa.
- SPITZBERG B.H., CUPACH W.R., 2002: *Interpersonal skills*. In: KNAPP H.L., DALY J.A., eds.: *Handbook of interpersonal communication*. Thousand Oaks: Sage.
- STRUENING E.L., RICHARDSON A.H., 1965: *A factor analytic exploration of the alienation, anomia and authoritarianism domain*. "Journal of Social Psychology", No. 66.
- SZAFRANIEC K., 2000: *Anomia*. W: *Encyklopedia socjologii*. Warszawa.
- SZYMANOWSKA A., 1996: *Sens życia jako wartość. O kryzysach poczucia sensu życia i jego promocji w wychowaniu szkolnym*. W: OSTROWSKA K., TATAROWICZ J., red.: *Zanim w szkole będzie źle. Profilaktyka zagrożeń*. Warszawa.
- THURLOW C., 2003: *Generation Txt? Exposing the sociolinguistics of young peoples text-messaging*. Discourse Analysis Online. <http://www.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html>
- THURLOW C., LENGEL L., TOMIC A. 2005: *Computer mediated communication: Social interaction and the Internet*. London.
- WELCH W., 2005: *Sztuczne raje? Rozważania o świecie mediów elektronicznych i innych światach*. W: HOPFINGER M., red.: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*. Warszawa.

Stanisław Juszczyk

## Virtual space in the process of youth communication — a socio-pedagogical perspective

### Summary

Youth communication in virtual space in the 1990s and at the beginning of the 21st century led to the phenomenon of social alienation (anomy), however the results of contemporary studies show the alienation is becoming less and less frequent and, on the contrary, virtual communication helps in undertaking a direct communication, even by shy people or those with particular complexes, etc. An advantage of virtual communication consists in shaping selected social competences among teenagers in an appropriate way. Unfortunately, youth addiction to computer games, not to simple first person shooters or games of skill, but serious and complex games, the cost of producing of which often exceeds megahit movies is more often observed. Young people use their avatars in virtual space where they can "spend" several dozen hours at a time. It results in particular psychological (mental) as well as social consequences.

Key words: new media, youth, alienation, social competences, youth vicarious communication

Stanisław Juszczak

## **Virtueller Raum im Prozess der jugendlichen Kommunikation – soziopädagogische Betrachtungsweise**

### **Zusammenfassung**

Die Kommunikation der Jugend im virtuellen Raum hat in 90er Jahren des 20. und zu Beginn des 21.Jhs zu gesellschaftlicher Entfremdung (Anomie) geführt, doch die Ergebnisse der gegenwärtigen Forschungen zeigen, dass die Alienation schon immer seltener auftritt – im Gegenteil: virtuelle Kommunikation hilft sogar den schüchternen, komplex-beladenen Personen ein direktes Gespräch aufnehmen. Virtuelle Kommunikation hat den Vorteil, dass sie manche soziale Kompetenzen der Jugend richtig bilden kann. Leider wird aber auch immer häufiger eine Abhängigkeit der Jugend von Computerspielen beobachtet. Es sind dabei keine Schießereien oder Geschicklichkeitsspiele mehr, sondern ausgebaute Computerspiele, deren Produktionskosten manchmal sogar die Kosten der Filmrenner (Megahits) übersteigen. Ein junger Mensch steuert sein Avatar im virtuellen Raum, wo er auf einmal sogar einige Dutzend Stunden „verbringen“ darf. Das hat bestimmte psychologische (psychische) und auch gesellschaftliche Folgen.

Schlüsselwörter: neue Medien, Jugend, Alienation, soziale Kompetenzen, vermittelte Kommunikation der Jugend